

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jenis komunikasi untuk mencari informasi semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Saat ini, media komunikasi yang digunakan di masyarakat meliputi media cetak, media elektronik, dan media *online*. Koran dan majalah merupakan contoh media cetak, yakni media yang beritanya disajikan berupa tulisan dan gambar. Sementara itu, media yang penyajian beritanya berupa audio seperti radio, dan audio serta visual (audio visual) seperti televisi disebut dengan media elektronik. Namun, saat ini, muncul lagi media massa berupa media *online* sebagai pengembangan dari media massa yang telah berkembang sebelumnya.

Media yang melakukan pemberitaan melalui internet-lah yang disebut dengan media *online*. Munculnya media *online* membuat informasi dapat dengan mudah disampaikan oleh pemilik berita kepada masyarakat (Romli, 2012:20). Media *online* membuat informasi menjadi lebih cepat disampaikan karena dapat diakses di manapun serta kapanpun oleh masyarakat yang terkoneksi terhadap internet. Kecepatan akses informasi yang diperoleh masyarakat membawa perubahan terhadap perilaku komunikasi pada mereka. Perubahan perilaku komunikasi ini meliputi komunikasi personal, kelompok, dan kelompok massa. Dinamika politik dan sosial memengaruhi perkembangan media *online* yang ada di Indonesia. Internet merupakan teknologi yang menawarkan kemudahan dalam memperoleh dan menyebarkan informasi.

Dalam penyampaian berita, media massa seharusnya bersifat netral dan objektif. Namun, kini, pemimpin media massa banyak yang masuk ke dalam dunia politik. Pemimpin media massa yang masuk ke dalam dunia politik antara lain Aburizal Bakrie, pimpinan Bakrie Grup yang membawahi ANTV (PT. Cakrawala Andalas Television), TVOne, dan portal media *online* viva.co.id yang menjadi politikus dari Partai Golongan Karya (Golkar), Surya Paloh, pemilik Lampung Post, Media Indonesia, dan portal media *online* metrotvnews.com saat ini menjadi ketua umum Partai Nasional Demokrasi (Nasdem), serta Harry Tanoesoedibjo, pemilik MNC Grup yang membawahi MNC TV, Global TV, RCTI, dan okezone.com saat ini merupakan ketua umum Partai Perindo.

Namun, tidak semua pimpinan perusahaan media massa terjun ke dalam dunia politik. Adapula pimpinan media massa yang tidak terjun ke dunia politik, seperti Chairul Tanjung, pimpinan CT Corp yang membawahi detik.com, Budiman Tanuredjo, pimpinan PT. Kompas Media Nusantara, dan Wisnu Nugroho, pimpinan kompas.com yang dikelola PT. Kompas Cyber Media.

Masuknya pimpinan perusahaan media massa ke dalam dunia politik berpengaruh terhadap pemberitaan yang dimuat oleh media tersebut. Setiap berita disesuaikan dengan “kepentingan” perusahaan media massa yang memuatnya, sehingga teks berita dipengaruhi oleh ideologi media. Hal ini berarti tidak ada media yang bersifat objektif dalam pemberitaan karena fakta yang mereka muat dalam sebuah berita merupakan fakta yang telah dibangun oleh wartawan atau media dengan latar belakang tertentu (Sudibyo, 2001:11).

Pengakuan penyebaran berita bohong (*hoax*) yang dilakukan oleh Ratna Sarumpaet adalah kasus yang menjadi perbincangan hangat di media saat ini. Ratna Sarumpaet adalah seorang seniman yang menggeluti dunia teater dan menjadi aktivis serta mendirikan Ratna Sarumpaet Crisis. Seperti yang diketahui, sebelumnya, Ratna Sarumpaet merupakan juru bicara Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo-Sandi. Namun, saat ini, Ratna Sarumpaet telah diberhentikan dari posisi tersebut karena terbukti melakukan pembuatan dan penyebaran berita *hoax* terkait pemberitaan media mengenai dirinya yang mengalami pemukulan di bandara.

Pengakuan Ratna Sarumpaet menjadi pemberitaan hangat dan *up date* di media massa. Pengakuan ini menjadi lahan yang menarik bagi jurnalis berita *online*, sehingga banyak media *online* yang menyoroti pengakuan Ratna Sarumpaet terkait kebohongan yang telah ia lakukan. Inilah yang menarik peneliti untuk melakukan pembungkahan terhadap media *online* terkait pengemasan yang dilakukan terhadap kasus kebohongan yang dilakukan oleh Ratna Sarumpaet sehingga dapat diketahui keberimbangan ataukah keberpihakan media *online* terhadap kasus tersebut.

Media *online* yang dipilih oleh peneliti adalah *Detik.com* dan *Kompas.com*. Pemilihan kedua media ini didasari oleh kenyataan bahwa pemimpin kedua media tersebut tidak terlibat dan bergabung ke dalam dunia politik sehingga peneliti beranggapan bahwa berita yang dimuat oleh keduanya tidak terpengaruh oleh isu politik yang sedang terjadi. Berdasarkan faktor inilah peneliti mengambil judul “*Bingkai Berita Media Online Dalam Kasus Pengakuan Ratna Sarumpaet (Studi Pada Berita Detik.com dan Kompas.com Tanggal 3 Oktober 2018)*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana media *online Detik.com* dan *Kompas.com* membingkai pemberitaan kasus pengakuan bohong Ratna Sarumpaet?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bingkai berita media *online Detik.com* dan *Kompas.com* terhadap pemberitaan kasus pengakuan bohong Ratna Sarumpaet.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi akademis dan praktis. Manfaat tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Secara akademis, penelitian ini bermanfaat sebagai sumber pengetahuan tentang pemingkai yang dilakukan oleh *Detik.com* dan *Kompas.com* terkait kasus pengakuan bohong Ratna Sarumpaet.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan untuk menggambarkan cara media *online* memberitakan sebuah peristiwa.